

PLANEN | INHALT

Erfolgsfaktor Usability 6

Eine durchdachte und ergonomische Bedienoberfläche ist der Schlüssel zum Erfolg einer Site.

Barrierefreiheit dank CSS 16

Mithilfe von Cascading Style Sheets können sich auch barrierefreie Seiten durchaus sehen lassen.

Das kann Adobe GoLive CS2 20

CHIP stellt Ihnen alle wichtigen Funktionen des Webdesign-Klassikers vor.

Teure Fehler vermeiden 24

Informieren Sie sich über die rechtlichen Aspekte Ihres Online-Auftritts! Das spart viel Ärger.

Ein Platz für Ihre Website 40

Die besten Webhosting-Pakete der wichtigsten Provider finden Sie in dieser Marktübersicht.

Skriptsprachen fürs Web 48

CHIP hat die wichtigsten Skriptsprachen für dynamische Webauftritte miteinander verglichen.

CHIP AUTOR → astrid.Beck@fht-esslingen.de

Prof. Astrid Beck ist Professorin für Mensch-Maschine-Schnittstellen an der FHT Esslingen, Geschäftsführerin der GUI Design Stuttgart und Sprecherin der Fachgruppe „Software-Ergonomie“ der Gesellschaft für Informatik (GI). Astrid Beck ist Spezialistin für die Gestaltung von Bedienoberflächen, die Konzeption von Webprojekten und für Software-Entwicklung,

CHIP → DVD-CODE  Heft-Tools

→ **Farb-Analyse** Mit dem kostenlosen Farbkontrast-Analyser finden Sie bequem heraus, wie gut die Lesbarkeit der Texte auf Ihrer Website ist.

→ **Planungs-Hilfe** Die Freeware Denim erlaubt es, die grobe Struktur Ihrer geplanten Website am Bildschirm vorzuschreiben - inklusive Navigation (DVD-Code: Webmaster).



„schön + einfach = erfolgreich“ → 10
Umfassende Einführung in die Grundregeln des Webdesigns

Eine gut gestaltete und durchdachte Bedienoberfläche ist einer der wichtigsten Faktoren für Erfolg im Internet. Ein zufriedener Besucher wird immer wiederkommen und den Auftritt gerne weiterempfehlen. Worauf es ankommt, zeigt CHIP hier.

Optimale Benutzbarkeit

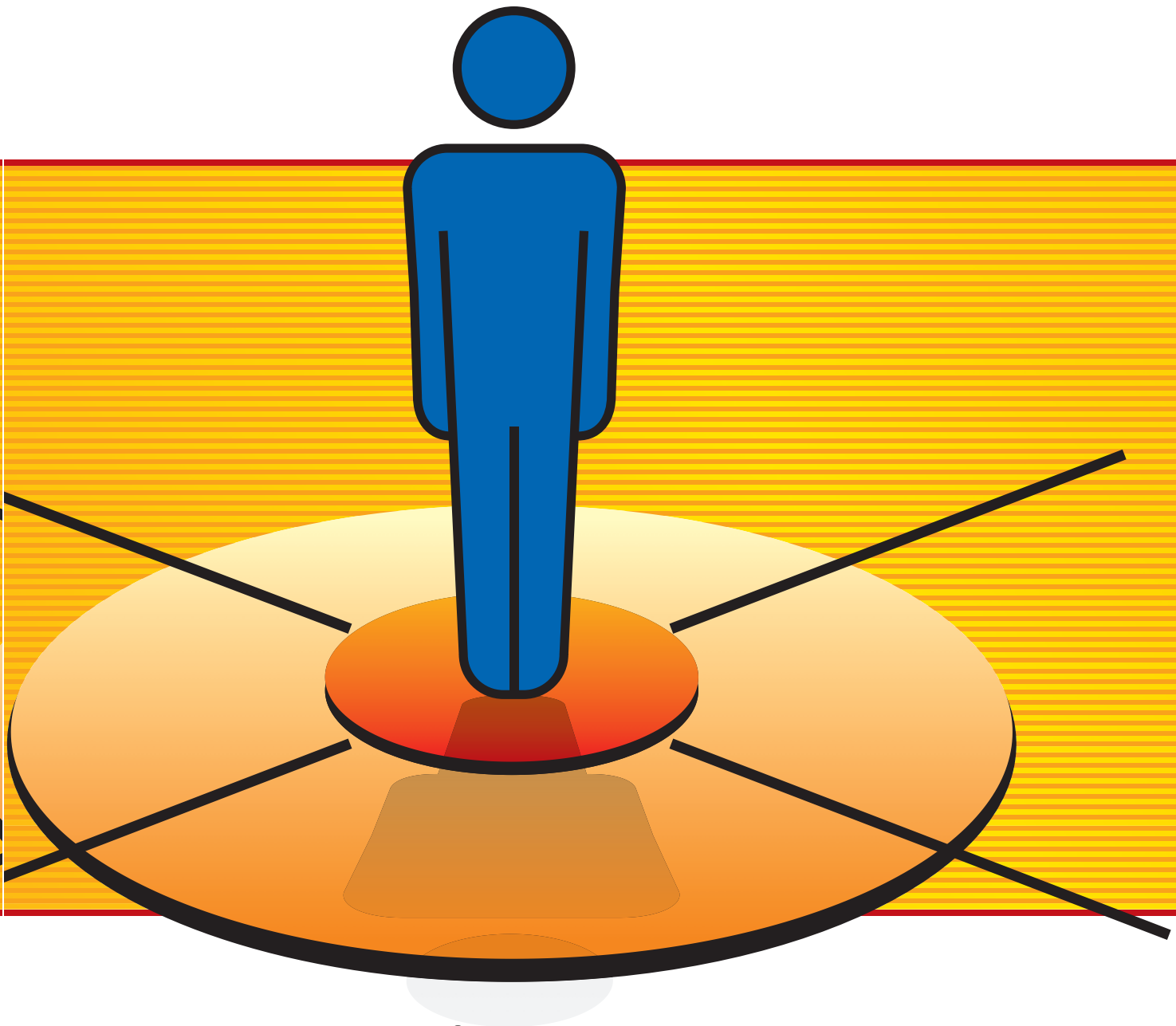
Usability – der

→ Unter Usability versteht man den Grad der Benutzbarkeit, um Aufgaben zufriedenstellend umzusetzen. Von zentraler Bedeutung für Webdesigner ist eine international gültige Norm der Benutzbarkeit von Software. Sie definiert „Usability“ konkret als „Gebrauchstauglichkeit“. Keine Angst – das Behördendeutsch wird in praktischen Beispielen so konkret, dass jeder etwas mit der Norm anfangen kann:

Nach dieser DIN-Norm DIN EN ISO 9241 ist der Nutzungskontext wichtig: Wie und in welchem Umfeld wollen Benutzer zu ihren Zielen kommen? Usability stellt aber auch sicher, dass diese Ziele wirklich erreicht werden, und zwar schnellstmöglich und mit zufriedenen Nutzern.

Mehr als nur Bildschirmkosmetik

Dieser Ansatz macht einen Perspektivenwechsel deutlich: Bei Usability geht es um mehr als nur um ein gutes Aussehen der Oberfläche oder um künstlerisches Design. Gutes und kreatives Grafikdesign ist wichtig, erzeugt aber allein keine Usability. Daher funktioniert es nicht, wenn man versucht, einen schlechten



Benutzer im Zentrum

Webauftritt nachträglich mit etwas bunter Farbe zu schminken. Fehlende Usability wird spätestens nach ein paar Mausklicks sichtbar: Benutzer merken dann, dass es keine interessanten Inhalte gibt, dass die Navigation unverständlich ist und dass Links ins Leere führen.

Wenn Usability vom Nutzungskontext und den Benutzern abhängt, muss jeder Designer diese genau kennen. Bevor also die Programmierung oder HTML-Entwicklung startet, ist eine genaue Analyse nötig. Diese führen Entwickler (meist) auch durch, aber selten unter Usability-Gesichtspunkten.

Die Grundsätze sollten Sie kennen

Die in Teil 10 der DIN EN ISO 9241 beschriebenen Dialogprinzipien bilden die grundlegenden Richtlinien zur Gestaltung der Kommunikation zwischen Mensch und Computer. Allerdings verhält es sich mit diesen Normen etwas anders als mit Normen, die definieren, wie etwa eine Schraube auszusehen hat. Am Bildschirm lässt sich nicht einfach mit einer Schieblehre nachmessen, ob die Dialogprinzipien richtig angewandt wur-

den. Da es um weiche Faktoren geht, verdeutlicht die Norm alle Vorgaben mit Beispielen und Vergleichen, die jeder Entwickler aus der täglichen Arbeit kennt: „Gibt es für eine Arbeitsaufgabe Standardwerte, sollten diese dem Benutzer als Vorgabe angeboten werden. Vorgabewerte sollten auch durch andere Werte ... ersetzt werden können.“ Konkret bedeutet das zum Beispiel: Ist für eine aktuelle Arbeitsaufgabe ein Tagesdatum erforderlich, braucht es nicht eingegeben zu werden; es kann aber vom Benutzer geändert werden.

Am Ende des Internet-Hypes beschäftigen sich Usability-Experten vor allem damit, Methoden zu entwickeln und zu erproben, die den Anbietern und Programmierern unmittelbar helfen, gut bedienbare, intuitive Oberflächen zu gestalten. Das Wissen ist Geld wert: Benutzer sollen möglichst schnell zum Kunden werden und später zufrieden wiederkommen.

Daneben werden Vorgehensweisen für barrierefreie Webseiten entwickelt. Ein weiterer Trend sind mobile Geräte, die eine Vielzahl von Diensten bieten. Wie Sie auf alle Trends optimal reagieren, erklärt CHIP Professionell in den nächsten Artikeln. →

Webseiten optimal aufbauen

Was User wirklich wollen

Wie kommt man zu optimal benutzbaren Oberflächen? Die Antwort: Erfolg hat, wer frühzeitig die Bedürfnisse und Anforderungen der Benutzer in den Mittelpunkt der Planung stellt. Praxisnahe Hilfe bietet das Vorgehensmodell des „benutzerzentrierten Designs“. CHIP zeigt, worauf Sie bei der Planung achten müssen.

→ Wie sieht ein gelungener Internetauftritt aus? Was ist eine bedienbare Webseite genau? Und vor allem: Wie bringt man die Benutzer dazu, eine Webseite wieder zu besuchen? Fragen, die heute jeden Webentwickler beschäftigen sollten – die Realität sieht jedoch oftmals noch ganz anders aus. Seiten laden zu lange, die Navigation ist unübersichtlich, Links führen ins Leere – sicher hat sich jeder Anwender schon das eine oder andere Mal geärgert, wenn er auf eine derart unbenutzbare Webseite gestoßen ist.

Gute Webentwickler machen sich zunächst Gedanken über Idee und Zielsetzung der geplanten Website sowie über die Nutzergruppen. Danach entscheiden sie, welche Inhalte in welcher Form anzubieten sind und welches Design den Auftritt am besten zur Geltung bringen kann. Erste Ideen werden mit Benutzern getestet, bevor man damit „live“ geht. Fehler, Unklarheiten, eine schlechte Struktur oder unsachgemäße Informationen lassen sich auf diese Weise bereits aufdecken, bevor sie später einem größeren Publikum offenbar werden.

Stellt man den Benutzer ins Zentrum der Entwicklung, so spricht man von benutzerzentriertem Design – ein Ansatz, der von vielen großen Unternehmen wie SAP oder IBM zunehmend für die Software- und Webentwicklung favorisiert wird.

Bei dieser Vorgehensweise werden nicht die Hardware und Software, sondern die erhofften Besucher der Site ins Zentrum der Betrachtung gestellt. Besondere Kennzeichen dieser Art der Entwicklung sind vorab angelegte Storyboards und Prototypen

Links zu benutzerzentrierter Gestaltung

DIN EN ISO 13407 → www.usabilitynet.org/tools/r_international.htm#13407
Ausführlicher Überblick über die Usability-Norm (englisch)
IBM: Easy of Use → www.ibm.com/easy/
Ausführliche Guidelines zur Usability-Planung (englisch)
SAP's Design Process
→ www.sapdesignguild.org/resources/process.asp
Der fünfstufige SAP-Prozess für optimales Design (englisch)
UCD: User Centered Design → www.upassoc.org/usability_resources/about_usability/what_is_ucd.html
Detailreiche Einführung in den Standard (englisch)
V-Modell XT (2005) → www.kbst.bund.de/V-Modell/-,293/V-Modell-XT.htm
Modell zur Planung und Durchführung von IT-Vorhaben

sowie die iterative Vorgehensweise, bei der nacheinander und aufeinander aufbauend immer weitere Versionen programmiert und online gestellt werden.

Personas: Wer ist eigentlich der Nutzer?

Sobald das Projekt gestartet wurde, beginnt man mit der ersten Aktivität: der Analyse der Nutzer und deren Anforderungen und Nutzungsbedingungen. Benutzergruppen lassen sich gut als Personas beschreiben, ein Konzept, das Alan Cooper, einer der Väter von Visual Basic, entwickelt und eingeführt hat.

BENUTZERGRUPPEN DEFINIEREN

Personas machen Benutzer lebendig – ein Praxis-Beispiel



IDEAL: Eine Persona repräsentiert den typischen User.

Mithilfe von Personas können Entwickler sich darin üben, die Sichtweise der Besucher einer Website einzunehmen. So machen sie nicht den Fehler, selbst als Benutzer zu agieren. Über die Personas kann man die Anforderungen ableiten, die an die Website gestellt werden, und auf die Umgebung schließen, in der die Benutzer agieren. Beides wirkt sich auf die Gestaltung aus. Ein Beispiel für eine Persona:

Andrea Bassler ist 19 Jahre alt und wohnt mit ihren Eltern und

einem jüngeren Bruder in Mannheim. Sie nutzt das Internet seit vier Jahren. Sie kennt sich gut mit Standard-Office-Applikationen aus und hat in der Schule schon programmiert. Andrea macht gerade Abitur. Ihr Ziel ist es, eine Ausbildung im IT-Bereich zu absolvieren oder als Aupairmädchen zunächst ins Ausland zu gehen. Das Internet nutzt sie täglich für E-Mails und fürs Surfen im Web. Sie hat ein Notebook und einen DSL-Anschluss.

Angela Zast möchte sich im Internet über Sprachreisen infor-

mieren. Nach dem Abitur will sie für drei Wochen ihr Englisch verbessern. Wenn Ihre Eltern es bezahlen, würde Sie am liebsten nach Kapstadt gehen. Sie würde gern mit Personen ihres Alters zusammen lernen. Auch der Spaß vor Ort soll nicht zu kurz kommen. Gerne würde sie eine Safari machen. In ihrer Freizeit liest Angela Krimis oder besucht Freundinnen, um zu quatschen und Musik zu hören. Angela ist fröhlich und aufgeschlossen.

Info: www.cooper.com/content/why_cooper/powerful_personas.asp

Eine Persona ist eine fiktive Person, die angelegt wird, um reale Benutzer oder Benutzergruppen mit deren Zielen und Bedürfnissen zu repräsentieren. Personas ähneln realen Personen, sind aber nicht mit ihnen identisch.

In der Analysephase wird ermittelt, welche typischen Merkmale von Benutzergruppen für die Personas relevant sind:

Soziodemografisch: Alter, Geschlecht, Beruf/Art der Beschäftigung, Bildungsstand, Erfahrung, Kenntnisstand, Einkommen, Familienstand, Konfession

Psychografisch: Einstellung, Motive, Wünsche, Werte, Bedürfnisse und Erwartungen, Zufriedenheit, Lebensstil, Befürchtungen und Sorgen, Risikofreude, Belastbarkeit, Frustrationstoleranz

Technografisch: Einstellung zu Technik, technische Ausstattung, Nutzungshäufigkeit PC, Internet-Kenntnisse

Geografisch: Wohnort, Einwohnerzahl, Land, Kultur

Verhaltensorientiert: Nutzung bestimmter Medien, Produkte und Services, Art des Zugriffs und der Nutzung (Zeitpunkt, Dauer, Häufigkeit), berufliche oder private Nutzung, Freizeit- und Konsumverhalten, zukünftige Absichten

Physisch orientiert: motorische und sensorische Fähigkeiten

Personas verkörpern – wenn sie entsprechend definiert und abgestimmt sind – die wichtigsten Eigenschaften und Benutzeranforderungen in konzentrierter Form und stellen damit das Destillat der tatsächlichen Benutzermerkmale dar. Sie zeigen aber auch die Entwicklungspotenziale in der Zielgruppe.

Personas werden mit ihren Benutzermerkmalen und einem Szenario beschrieben, das ihre Arbeitsaufgaben, Ziele und ihre Interessen am Produkt umfasst. Auch persönliche Details sind interessant, beispielsweise die Vorliebe für Computerspiele oder ein Zitat oder Motto. Name, Altersangabe, eventuell Angaben zur Familie und zu Hobbys runden die Persona als fiktive Persönlichkeit ab. Der Kasten auf der linken Seite zeigt ein typisches Beispiel, wie Personas festgehalten werden.

Personas bieten eine Reihe von Vorteilen: Sie lassen sich in andere Verfahren integrieren, Teammitglieder können sich in die Rolle von Personas versetzen und Ziele priorisieren. Personas eignen sich für den Einsatz in der Lehre, für Usability-Tests und den Einsatz in Projekten mit vielen potenziellen Benutzern.

Storyboards: Die Webseite als Film

Sobald man den künftigen Benutzer konkret vor Augen hat, entwickelt man im nächsten Schritt eine Vorstellung vom Aufbau der künftigen Webseite über ein Storyboard. Der Begriff ist aus der Filmsprache entlehnt: Das Storyboard zeigt in Skizzen die Einstellungen eines Films. Analog dazu bildet ein Storyboard für die Webentwicklung Skizzen der geplanten Webseiten und deren Zusammenhänge und Abfolgen ab. Aufbauend auf den Skizzen wird später ein Prototyp entwickelt.

Prototypen: Testen Sie Ihre Seite vorab

Prototyping bedeutet das Entwickeln eines Beispielsystems, das den späteren Benutzern gezeigt wird. Im Gegensatz zur Laufzeit des Gesamtprojekts wird der Prototyp sehr schnell zusammengestellt. Ziel dieser Vorgehensweise ist es, aus der Arbeit des Benutzers mit dem Prototyp Erkenntnisse zu gewinnen, die in die endgültige Anforderungsdefinition eingehen und eine Grundlage für die Sollkonzeption bieten.

GLOSSAR

Wichtige Begriffe zur Usability

Software-Ergonomie Ergonomie ist die Anpassung von Arbeitsmitteln an den Menschen. Die Software-Ergonomie ist die Lehre von der Anpassung und Nutzbarmachung von Software für die Benutzer.

DIN EN ISO 9241 Wichtiger Standard, der die ergonomischen Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten beschreibt. Der Standard besteht aus mehreren Teilen:

DIN EN ISO 9241-10 Teil 10 der Norm beschreibt die Grundsätze der Dialoggestaltung.

DIN EN ISO 9241-11 Teil 11 definiert die Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit.

Aufgabenangemessenheit Ein Dialog ist aufgabenangemessen, wenn er die Benutzer dabei unterstützt, Arbeitsaufgaben effektiv und effizient zu erledigen.

Selbstbeschreibungsfähigkeit Ein Dialog ist selbstbeschreibungsfähig, wenn jeder einzelne Dialogschritt durch Rückmeldung des Dialogsystems unmittelbar verständlich ist oder dem Benutzer auf Anfrage erklärt wird.

Steuerbarkeit Ein Dialog ist steuerbar, wenn der Benutzer den Dialogablauf starten und seine Richtung und Geschwindigkeit beeinflussen kann, bis das Ziel erreicht ist.

Erwartungskonformität Ein Dialog ist erwartungskonform,

wenn er konsistent ist und den Merkmalen des Benutzers entspricht, etwa seinen Kenntnissen aus dem Berufsleben, seiner Ausbildung und seiner Erfahrung und den allgemein anerkannten Konventionen.

Fehlertoleranz Ein Dialog ist fehlertolerant, wenn das beabsichtigte Arbeitsergebnis trotz fehlerhafter Eingaben entweder ohne oder mit einem minimalem Korrekturaufwand erreicht werden kann.

Individualisierbarkeit Ein Dialog ist individualisierbar, wenn das Dialogsystem Anpassungen an die Erfordernisse der Arbeitsaufgabe und an die individuellen Fähigkeiten und Vorlieben des Benutzers zulässt.

Lernförderlichkeit Ein Dialog ist lernförderlich, wenn er den Benutzer beim Erlernen des Dialogsystems unterstützt und dabei anleitet.

Barrierefreiheit Benutzer verschiedener Nutzungskontexte haben Zugang zu den von ihnen gewünschten Informationen unabhängig von Ort, Zeit, Mobilität, körperlichen Fähigkeiten und der Art des Zugangsmediums.

Design In der Software-Entwicklung ist mit Design oder Gestaltung normalerweise nicht grafisches Design gemeint, sondern Entwurf, Konzept, Gestaltung von Software und Software-Systemen.

Nach der Präsentation des Prototyps bei den Benutzern können Änderungen aufgenommen und neue Anforderungen realisiert werden. Mit jeder Wiederholung wird ein stabilerer Prototyp erreicht. Zudem besteht die Möglichkeit, den Benutzern Alternativ-Versionen zu präsentieren.

Es gibt verschiedene und sehr unterschiedliche Möglichkeiten, Storyboards und Prototypen anzulegen. Die einfachste Form sind Skizzen, Zeichnungen und Scribbles, die mit Papier und Bleistift, eventuell mithilfe von Post-Its, Lineal und Schere erstellt werden. Bereits etwas aufwändiger ist das Zeichnen eines Storyboards mit einem Zeichen- und Grafikprogramm. Prototypen, die bereits auf einfache Art und Weise interaktiv zu bedienen sein sollen, erzeugt man etwa mit HTML, Powerpoint, Visio oder Mindmap. Die fortgeschrittenste Stufe stellen GUI Builder und Prototyping-Tools wie Denim dar (siehe CHIP Pro- →

fessionell 05/2004, 22, Code: Web-Design-PDF). Viele Beispiele und Abbildungen für Storyboards und Prototypen findet man unter www.sapdesignguild.org/resources/design_session.asp. Ausgehend von den ersten getesteten Entwürfen wird der Webauftritt entwickelt.

Usability-Test: Früh den User einbeziehen

Bereits während der Entwicklung – also nicht erst bei Projektende – sollte man Usability-Tests durchführen. Sie zielen darauf ab, Schwachstellen bei Prototypen und ersten Versionen aufzudecken. Wenn man Schwächen und Fehler schon frühzeitig entdeckt, ist ihre Korrektur weitaus kostengünstiger, als wenn sie erst bei der Nutzung durch den Kunden gefunden werden.

Für den Test und die Bewertung kommen verschiedene Methoden in Frage. Legen Sie zuvor möglichst genau die Untersuchungsziele fest, die mit dem Test überprüft werden sollen. Danach definieren Sie Bewertungskriterien und Testaufgaben, anhand derer mit ausgewählten Testern und Testpersonen das Modell überprüft wird. Nur so können Sie nach dem Test die Erkenntnisse auch in Änderungen münden lassen.

Test planen und Ziele festlegen

Legen Sie zunächst die Art der Durchführung (siehe Testmethoden rechts), die Testziele und die Auswahl der Testpersonen fest. Die Testziele definieren alle Aspekte, die getestet werden sollen. Es ist normalerweise damit zu rechnen, dass Fehler und Nutzungsprobleme aufgedeckt werden, daher sollten Sie im Anschluss an den Test genügend Zeit für deren Behebung und Verbesserung einplanen. Untersuchen sollten Sie, ob die Benutzer die gewünschten Informationen finden, ob die Ab-

Die besten Ergonomie-Tipps im Web

Usability-Engineering → www.benutzerfreundlichkeit.de
 Ronald Hartwig betreibt auf dieser Seite Qualitätsmanagement unter Berücksichtigung der Ergonomie von Websites.
Ergo-Online → www.ergo-online.de
 Neuigkeiten zu Ergonomie und Gesundheitsschutz, Newsletter **Berufsverband der deutschen Usability-Professionals**
 → www.gc-upa.de
 Unterstützt Usability-Profis in allen praktischen Fragen.
Fachbereich Mensch-Computer-Interaktion
 → www.mensch-computer-interaktion.de
 Teilbereich der Gesellschaft für Informatik (GI) zu allen Fragen der benutzergerechten Gestaltung interaktiver Systeme
Konferenzreihe Mensch & Computer
 → www.mensch-und-computer.de
 Wichtigste jährliche Veranstaltung für Usability-Interessierte
Projektleitfaden Software-Ergonomie
 → www.hessenit.de/data/download/broschueren/software-ergonomie.pdf
 Umfangreiche Broschüre rund um die Software-Ergonomie

arbeitungsreihenfolge ihren Vorstellungen entspricht, ob die Navigation verständlich ist, welche Designvariante am besten gefällt und wie die Anforderungen der Benutzer aussehen.

Für die Tests reichen fünf bis acht Testpersonen aus. Bei der Auswahl der Testpersonen hält man sich am besten an die definierten Personas. Es ist sinnvoll, noch zwei bis drei Testpersonen zusätzlich einzuplanen, falls ein Tester ausfällt, mit den Tests nicht klarkommt oder sich als ungeeignet erweist.

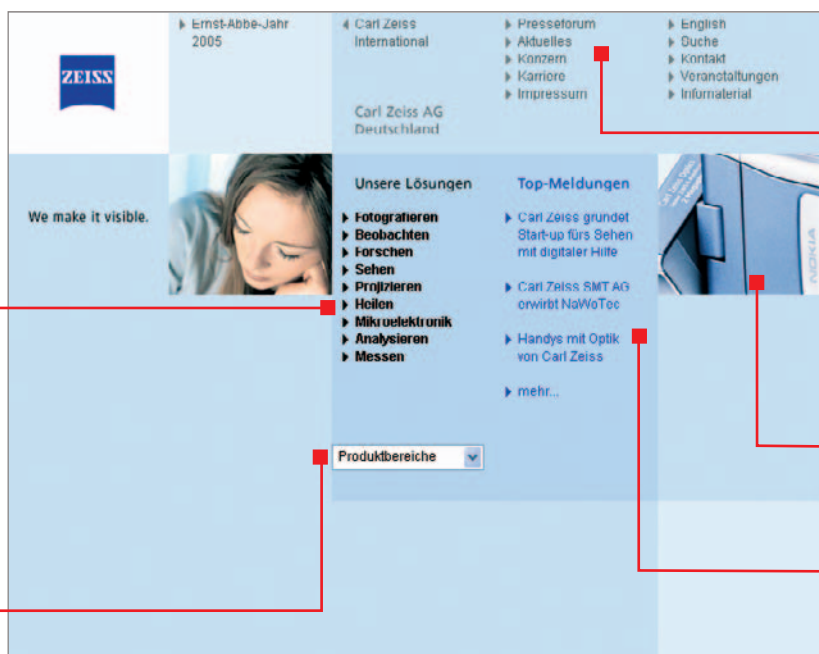
Die Testaufgaben sollen realistisch formuliert sein und von den Testpersonen ohne weitere Hilfe verstanden und durchgeführt werden können. Es empfiehlt sich, den Test vorher selbst

IM DETAIL

www.zeiss.de: Navigation vom Benutzer her denken

BENUTZERORIENTIERT
 Benutzer, Kunden und eine Online-Umfrage wurden eingebunden, um eine aktionsorientierte Navigation zu entwickeln, die direkt die Interessen der Benutzer anspricht. Die Menüpunkte sind als Verben formuliert: Fotografieren, Beobachten etc. Nur für Mikroelektronik gab es kein passendes Verb.

FÜR EXPERTEN
 Besucher, die das Produkt oder die Seite bereits kennen, finden hier eine schnelle, alternative Navigationsmöglichkeit.



SERVICES Zusätzliche Angebote sind auf einen Blick verfügbar, aber getrennt von der benutzerorientierten Navigation. Kontakt- und Veranstaltungsdaten oder Unternehmensinfos müssen nicht extra gesucht werden.

PRODUKTFOTO Interessantes Detail eines Produkts oder auch die Darstellung einer Person

AKTUELLES Meldungen auf einen Blick

einmal zu machen, also einen Pilottest durchzuführen. Bei diesem Test stellen Sie fest, wie lange die Testpersonen voraussichtlich brauchen werden, um die Aufgabe durchzuführen, wo die Schwachstellen liegen und ob das Testverfahren Fehler aufweist. Zudem erfahren Sie, ob die Tester mit dem Testverfahren zurechtkommen. Die Dauer des Tests sollte eineinhalb bis zwei Stunden pro Person nicht überschreiten. Begleitet werden sollte er von einem Testleiter und einem Beobachter. Der Beobachter sollte in den Test einführen und ihn erläutern, bei der Durchführung jedoch nicht helfen. Weitere technische Ausstattung wie beispielsweise Video wird nicht benötigt.

Testmethoden: Was wollen Sie eigentlich wissen?

Es steht eine ganze Reihe von Methoden für Usability-Tests zur Verfügung. Bereits dargestellt wurde die verhaltensbasierte Methode, bei der man das Vorgehen und Verhalten von Testpersonen beim Surfen auf der zukünftigen Webseite überprüft. Die Benutzer führen festgelegte Aufgaben aus wie: „Finden Sie das Kontaktformular und stellen Sie eine Anfrage zum Produkt“. Dabei werden sie beobachtet und im Anschluss daran interviewt. Alternativ oder zusätzlich werden sie darum gebeten, einen Fragebogen auszufüllen. Die Online-Hilfe und das Handbuch können ebenfalls in den Test einbezogen werden.

Bevor man eine Webseite mit Benutzern testet, ist es außerdem sinnvoll, sie einem Expertenreview zu unterziehen, um die größten Schwachstellen und Fehler bei der Usability bereits im Vorfeld aufdecken und eliminieren zu können. Ein Expertenreview erfolgt mithilfe eines Kriterienkatalogs oder mit Checklisten und auf Basis der Erfahrung des Experten. Bewertungskriterien lassen sich aus den im nächsten Kapitel dargestellten sieben Regeln ableiten. Eine ausführliche Checkliste für alle zentralen Bestandteile einer Webseite finden Sie unter der Adresse www.gui-design.de/webcheck.

Eine Methode, die sehr früh eingesetzt werden kann, um die Plausibilität der Navigation zu bewerten, ist die „Card Sorting“-Methode. Testpersonen erhalten einen Satz Karten, auf denen Rubriken stehen, und werden aufgefordert, sie zu sortieren und passende Überbegriffe zu finden.

Gutes Usability Testing bedeutet immer eine Kombination mehrerer Methoden. Deshalb sollten Sie bei der Suche nach der optimalen Usability das Projekt je nach Umfang durch Fragebögen, Interviews, Online-Befragungen und Logfile-Auswertungen begleiten.

Usability-Test durchführen

Planen Sie ausreichend Zeit für die Testdurchführung und die anschließende Auswertung ein. Die Auswertung ist ein umfassender Bericht über den Usability-Test. Sie gibt Auskunft darüber, wie der Test geplant und durchgeführt wurde, nennt die Ergebnisse und die abgeleiteten Handlungsempfehlungen.

Der verbesserte Webauftritt kann schließlich hochgeladen und freigeschaltet werden. Auch danach sollten laufend die Zufriedenheit der Benutzer und die Zugriffszahlen ermittelt werden. So kann sichergestellt werden, dass auch zukünftig neue Anforderungen immer wieder so berücksichtigt werden, dass der Benutzer weiterhin im Zentrum der Seite bleibt. Eine Webseite ist schließlich nie fertig.

Prof. Astrid Beck

CHIP → CHECKLISTE

Benutzerzentrierte Webgestaltung

1. Projektplanung

- Was soll erreicht werden: Ziele definieren
- Projektgruppe: Alle Beteiligten einbeziehen
- Projekt- und Ressourcen-Planung (Zeit, Budget, Mitarbeiter)

2. Definition und Kontextanalyse

- Kontextanalyse und Feldstudien:
 - Benutzer, Zielgruppen der Website
 - Aufgaben und Ziele
 - Produkt und Nutzung
 - Szenarien und Umgebung
 - Personas ableiten
- Konkurrenzanalyse
- Anforderungsermittlung und -definition

3. Design und Entwicklung

- Strukturierung und Aufbereitung des gesammelten Materials
 - Sollkonzeption:
 - Informationstypen festlegen (Wort, Bild)
 - Organisationsstruktur der Website definieren
 - Navigationsmodell
 - Style Guide
 - Storyboards
 - Prototypen
 - Vorgehen in Iterationen vom Konzept zum kompletten Design

4. Usability-Test

- Mit verschiedenen Methoden wird jedes Zwischenergebnis von Punkt 3 (siehe oben) getestet:
 - Benutzerbeobachtung und -Test
 - Fragebögen, Checklisten
 - Expertenurteil
- Ergebnisse: Stärken und Schwächen, Verbesserungsvorschläge
- Diese fließen in die Entwicklung und Dokumentation ein

5. Bewertung

- Erzielter Nutzen? Untersuchung der Zufriedenheit bei Mitarbeitern, Kunden
- Regelmäßiger Check entsprechend der Schritte 1 bis 4
- Weitere Ziele, neue Anforderungen und Änderungen verwalten und umsetzen

